

## NAVEGANDO SOBRE UN BARCO DE PAPEL

Me llamo Luis Eduardo Valencia Sánchez, asistente de mercadeo del Centro Cultural Colombo Británico, una institución de reconocimiento con 57 años en el mercado vallecaucano y oficialmente avalado por la embajada británica como un centro binacional, dedicada a la formación en el idioma Inglés y también de desarrollo de actividades culturales, con presencia en 3 ciudades, la principal está en Santiago de Cali con una trayectoria de 57 años, una en Guadalajara de Buga en servicio desde 1985 y Palmira en servicio desde 2005, sedes en las que se espera el desarrollo del mercado a nivel institucional que pueda generar mejores rendimientos para la institución, adicionalmente se busca aumentar una mayor participación en el mercado local de las respectivas sedes.

El proceso parte de la necesidad de crear, el cargo Marketing Assistant (asistente de mercadeo), creado para brindar apoyo al área comercial en las sede de Palmira y Buga, las funciones principales son, el desarrollo de nuevos clientes institucionales, la apertura de convenios interinstitucionales, brindar apoyo en la elaboración y ejecución de estrategias comerciales para ambas sedes, se decidió que para desarrollar una estrategia de tipo comercial y de mercadeo de manera conjunta se hace necesario el plantear, ideas de mercadeo, de promoción de los cursos institucionales y clases regulares, para empresas, colegios e instituciones de capacitación por competencias, desarrollo de investigaciones de campo directas a los competidores y el desarrollo de estrategias aplicadas sobre un plan estratégico de mercadeo.

---

<sup>1</sup> Caso de grado realizado por **Jorge Eduardo Valencia Díaz** para acceder al título de Especialista en Mercadeo. Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente. Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q., Especialista en Gerencia del Medio Ambiente. Santiago de Cali – Colombia. **14 de marzo 2012.**

Para su proceso de inducción Luis Eduardo, debía conocer cada una de las áreas de la empresa las cuales podrían estar relacionadas en algún momento con su labor, como Contabilidad de la cual dependería para la aprobación de los dineros que serían utilizados para las actividades de activación de marca, seguida fue con el área cultural, a través de la cual se generarían actividades de toque cultural pero que permitan una presencia del área comercial, entre otras, dentro de todo el proceso de inducción para el joven asistente de mercadeo la mayor relevancia fue con la dirección de mercadeo y ventas a cargo de Sra. Andrea Ángel, su perfil profesional: Administradora de empresas, con una especialización en gerencia comercial, y diplomados en gerencia de mercadeo, ella tiene la misión de establecer, planear y dirigir las actividades y políticas de mercadeo y velando siempre por garantizar los recursos para su operatividad. El objetivo es planear y direccionar de manera estratégica las labores de su área, analizando siempre sobre las tendencias actuales de mercadeo, analizar la competencia, y lograr que los servicios sean de buena calidad. Esta fue una de las reuniones más esperadas, por motivos de un viaje personal, la directora de Comercial se encontraba por fuera del país y designo a Liliana Lobero asesora externa de mercadeo, a quien se le solicito el explicar a grandes rasgos, las tareas a realizar y le mostro el alcance esperado de una Investigación de mercado realizada 2 años atrás y sobre cuáles se establecieron las tareas a nivel de mercadeo, pero no se encontró que algunas de las labores no fueron contempladas durante la inducción, pues Liliana Lobero desconocía por completo el perfil del cargo.

---

<sup>1</sup> Caso de grado realizado por **Jorge Eduardo Valencia Díaz** para acceder al título de Especialista en Mercadeo. Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente. Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q., Especialista en Gerencia del Medio Ambiente. Santiago de Cali – Colombia. **14 de marzo 2012.**

Una vez terminado su proceso de inducción, Luis Eduardo tuvo la oportunidad de sentarse a hacer una retrospectiva de lo sucedido hasta el momento y logro extraer una pequeña reflexión sobre cuales serian sus funciones y tareas a desarrollar durante su labor diaria, y mentalmente se decía “no me siento completo”. Ello alimentado por la indiferencia de algunos directivos, que aun no tenían claro el perfil que estaba desempeñando, esto surgió a raíz de una conversación que Luis Eduardo sostuvo con el director del área cultural, Andrés Farías, un personaje algo bohemio experto en relaciones públicas, con una especialización en historia británica y especialista en arte contemporáneo, quien durante la entrevista de inducción comentaba con Luis Eduardo las campañas utilizadas desde el área cultural. Brindándole una idea de la manera que deben hacer las relaciones publicas entre el Colombo Británico e instituciones educativas de la ciudad y con empresas como Baterías Mac, Baxter Lab, entre otras instituciones de tradición.

Todo esto permitió el tener una noción del tipo de eventos que podrían relacionar los aspectos comerciales y los culturales.

Ya con esta reunión se habían dado por terminadas la semana de inducción y Luis Eduardo se dirigió hacia la ciudad de Palmira un pueblo aun que pequeño en comparación con Cali, mas sin embargo no dejo de en cómo lograr una mejor movilidad. Desde la sede de Palmira Luis Eduardo empezaría a desarrollar su labor de mercadeo y ventas, una labor que a pesar de tener ideas claras de lo que tendría por realizar, no se encuentra muy bien definida

por parte de la dirección comercial. Siendo tal el grado de desinterés por el

---

<sup>1</sup> Caso de grado realizado por **Jorge Eduardo Valencia Díaz** para acceder al título de Especialista en Mercadeo. Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente. Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q., Especialista en Gerencia del Medio Ambiente. Santiago de Cali – Colombia. **14 de marzo 2012.**

desarrollo de las labores de Luis Eduardo y el crecimiento de las demás sedes, ya que desconocía el mercado de cada una de ellas, hecho que no permitían una gestión con un rendimiento al 110%, aun mas grave aun el no tener desarrollado un plan de estratégico de marketing, siendo este la herramienta clave para los procesos comerciales a desarrollar en las dos sedes alternas.

La misión era llegar a los colegios, instituciones universitarias y empresas, su primer reto fue el aprender circular en la ciudad de Palmira, debía generar sus propias base de datos de las instituciones presentes en la ciudad de Palmira y Buga, esto debido a la poca labor comercial desplegada durante los últimos 2 años, otra de las falencias con las que encontró nuestro joven asistente de mercadeo fue, falta de un material didáctico que serviría de apoyo para mostrar todos los servicios ofrecidos para el mercado empresarial, lo que llevo ha organizarsu propio material de trabajo, elaborando una presentación ejecutiva para las visitas empresariales, otra para las instituciones educativas, redacto cartas de presentación de acuerdo al tipo de cliente.

Una vez elaborado todo este material debía ser evaluado y avalado por la dirección comercia para posteriormente ser utilizado, la Coordinadora Académica y administrativa, a cargo de Ana María Roldan de la sede de Palmira, una profesional en mercadeo de 31 años graduada de la universidad autónoma de Bucaramanga, inicio su proceso en el CCCB como docente de ingléspero su avance profesional, se ve limitado por causas más de tipo personales, como la manutención de sus padres, la enfermedad de su madre y el hecho de ser una solterona a los 31 años de edad, algo que

---

<sup>1</sup> Caso de grado realizado por **Jorge Eduardo Valencia Díaz** para acceder al título de Especialista en Mercadeo. Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente. Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q., Especialista en Gerencia del Medio Ambiente. Santiago de Cali – Colombia. **14 de marzo 2012.**

remediaba haciendo por ratos la incómoda la estancia del asistente de mercadeo.

Sra. Ana María Roldan seria el jefe inmediato de Luis Eduardo, además seria quien evaluaría el material utilizado antes de ser enviado a la dirección comercial, el segundo estadio de la evaluación que tomaría aproximadamente un mes; tiempo durante el cual se hizo un proceso de depuración de contactos con algunas de las empresas, que representaban un mercado objetivo, ello de acuerdo a las políticas de la institución.

Después de la sexta semana de su ingreso la Sra. Andrea Ángel, quien había llegado al país, la semana después de Luis Eduardo haber empezado labores, pero que no había tenido la molestia de visitar la sede de Palmira, organiza una visita relámpago en horas de la mañana; con el fin de conocer a su nuevo asistente de mercadeo. Durante la reunión le expuso cuales serian los objetivos de su cargo, el realizar visitas institucionales, ofrecer los cursos regulares de inglés, desarrollo de convenios con los fondos de empleados presentes en la ciudad, realizar procesos de inteligencia de mercado (visitas a los competidores directos 2 veces al año), coordinar eventos de activación de marca, administración de pequeños sondeos en la población activa de la institución y de clientes potenciales, estas tareas designadas al cargo de asistente de mercadeo. Luis se vio en la necesidad de interrumpir en varias de las actividades que había pensado postular al proceso de evaluación comercial y ser llevadas a cabo en la sede para la promoción y ofrecimiento los servicios de la institución, pero el Sra. Andrea Ángel se mostraba renuente dado que las inversiones eran que superaban el promedio de gastos presupuestados mensualmente para actividades comerciales que esta por el orden de los \$ 3.000.000 mensuales. Luis Eduardo muy en el fondo exclamo “me dejaron sin herramientas” algo que

---

<sup>1</sup> Caso de grado realizado por **Jorge Eduardo Valencia Díaz** para acceder al título de Especialista en Mercadeo. Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente. Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q., Especialista en Gerencia del Medio Ambiente. Santiago de Cali – Colombia. **14 de marzo 2012.**

sería su primera frustración en la institución que por tanto tiempo había admirado.

Entre las tareas que debía desarrollar Luis era la elaboración de un plan estratégico de mercadeo que beneficiara las sedes de Palmira y Buga, ello a causa de que el plan de mercadeo no se encontraba estructurado y no era claro para ninguna de los directivos de la institución.

Una vez concluyo la visita Luis, tuvo la oportunidad de analizar la mayoría de las estrategias promocionales que se han establecido de acuerdo a las temporadas de matrícula siendo estas campañas de tipo reactivo es decir tan solo para época de vacas flacas y se encontró que dichas campañas generaban renuencia del personal de servicio al cliente, pues estas no se socializan cada vez que se hace un lanzamiento de las promociones de manera clara; Generando un malestar e inconformidad en los clientes al momento de recibir información sobre las campañas a futuro.

Una vez terminada toda esta explicación de las funciones de su cargo el joven asistente pregunta sobre las herramientas que había diseñado para su labor diaria en la institución, pero el comentario hecho por la Directora comercial fue, *“no los encuentro adecuados”*, Luis Eduardo nuevamente se sintió que estaba navegando sobre un barco de papel, ya que no encontraba una respuesta sus ideas y cuando eran escuchadasse descartaban y tenidas en cuenta, esta fue su segunda decepción en su nuevo cargo.

La Directora comercial le comenta que sus herramienta serán un formato de carta de presentación institucional antiguo, un documento en el que se

---

<sup>1</sup> Caso de grado realizado por **Jorge Eduardo Valencia Díaz** para acceder al título de Especialista en Mercadeo. Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente. Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q., Especialista en Gerencia del Medio Ambiente. Santiago de Cali – Colombia. **14 de marzo 2012.**

explicaban los diferentes tipos de convenios, clases privadas y clases regulares y también un modelo de cotización de cursos institucionales; Luis se toma a la tarea de estudiarlos y se encuentra que estos formatos ya estaban preestablecidos, pero no daban flexibilidad a las exigencias de los clientes, limitando a su vez el surgimiento de posibles alianzas estratégicas o una nueva unidad de negocio inexistente a la fecha en la institución, pero que gracias a la rigidez de los formatos se podría permitir el desarrollo de nuevas unidades de negocio.

Una vez conocido todo el puesto de trabajo, sus labores claras empezó con el levantamiento de información de clientes, dado que no se contaba con dicha información, Luis Eduardo se dirige apresurado a la oficina de Ana María Roldan y le explica que la universidad de la cual él es egresado le facilitarían una base de datos de aproximadamente 1.500 empresas de todos los tamaños; una vez Luis obtuvo dicha información empezaría a desarrollar una labor de tele mercadeo obteniendo contactos con empresas grandes como Leches la Continental S.A, Postres Remo de Colombia, colegios representativos de la ciudad de Palmira, el San José Bilingüe, el Seminario Diocesano, entre instituciones que representaban parte del mercado meta del Colombo Británico, después de haber logrado conseguir una base de 30 empresas, de 10 fondos de empleados y de 15 colegios privados.

Adicionalmente a labor comercial designada se debían desarrollar estrategias de mercadeo, Luis Eduardo debía tomar la investigación de mercados que se realizó durante el año 2009, con la información se debía desarrollar un plan estratégico, el inconveniente al que debía enfrentarse fue que la información extraída no era del todo confiable, pues el tamaño de la

---

<sup>1</sup> Caso de grado realizado por **Jorge Eduardo Valencia Díaz** para acceder al título de Especialista en Mercadeo. Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente. Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q., Especialista en Gerencia del Medio Ambiente. Santiago de Cali – Colombia. **14 de marzo 2012.**

muestra no fue significativo como para lograr un análisis completo del mercado, adicionalmente el 20% de las encuestas realizadas se encontraban algunas incompletas, otras solo con el nombre del encuestado, lo que demostró una absoluta negligencia de la empresa consultora que realizo dicha investigación, tan solo 3 personas hasta la fecha (la directora general Yaneth Simmons, Andrea Ángel, y Ana María Roldan), sabían sobre la infructuosa investigación de mercados, y ahora Luis Eduardo también formaba parte del grupo del silencio llamado de esta manera por la Ana María Roldan, quien mostraba su indignación ya que no pudo expresar esta situación ante El Sr. Blanco Ruiz, Director Financiero y Administrativo, un economista especializado en administración educativa enfocada a organizaciones sin ánimo de lucro, era el líder de los procesos contables y quien controlaba los gastos minuciosamente de acuerdo a los estatutos establecidos por la junta directiva, quien profesaba cierto interés por que se hiciera algo con esa información recabada en dicha investigación, algo que preocupo mucho a Luis Eduardo pues este directivo contaba con esa investigación para dar solución a la falta de posicionamiento en el mercado de Palmira del Centro Cultural Colombo Británico, ya que para ese mercado se encuentra compitiendo con 15 instituciones de más que ofrecían la enseñanza del idioma inglés sin una oferta de valor clara y engañándolos con falsas promesas como ser certificados como interpretes bilingües.

La mayor fortaleza del CCCB, frente los competidores es el gozar de un prestigio y tener un recorrido amplio en la enseñanza del idioma, con una promesa de valor garantizando con su slogan “Inglés, cultura y mucho más”, el dilema de la falta de posicionamiento ya que no hay un conocimiento completo del mercado, por un mal manejo de los medios de comunicación

---

<sup>1</sup> Caso de grado realizado por **Jorge Eduardo Valencia Díaz** para acceder al título de Especialista en Mercadeo. Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente. Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q., Especialista en Gerencia del Medio Ambiente. Santiago de Cali – Colombia. **14 de marzo 2012.**



radio, los medios impresos locales, el uso de las redes sociales y la pagina institucional del Centro Cultural Colombo Británico, como medios de comunicación alternativos, lo que genera una desinformación, entre los clientes y dichos clientes a su vez, se muestran inconformes por la mala comunicación que la misma institución, ello sumado a la incapacidad de responder a las inquietudes generadas durante las campañas de promoción causado a la poca información y claridad sobre la aplicación de las campañas de promoción y como debían ser estas ofrecidas al público, ello demostraba la situación a la que estaba pasando Luis Eduardo, siendo este una muestra de la ausencia de una dirección comercial que no se preocupa por dar unas herramientas fuertes y contundentes ante las embestidas de los clientes molestos por la desinformación de la fuerza de ventas.

Dado que Luis Eduardo, realizo un análisis de las 5 instituciones que representan una competencia directa, esta investigación se realizo durante los primeros 4 meses dentro de sus hallazgos identifico que la gran mayoría ya que las instituciones se encuentra compitiendo indirectamente por precio, lo que permite generar un valor agregado al servicio prestado en el CCCB, pues esta organización tiene por filosofía competir con calidad, tradición y experiencia en la enseñanza del idioma inglés, junto a sus programas culturales lo que da un plus a la formación de los estudiantes, al estar un mercado tan atomizado puede generar en el mediano plazo una la tendencia en el mercado un desaceleración del mercado generado por la sobre oferta; sumado esto a la mala organización y mal uso de los esfuerzos de mercadeo, ya que no se han definido concreadamente las plazas plan de en las sedes de Palmira y Buga generando una mal formación de los nichos de mercadeo sobre los cuales, el joven asisten debe trabajar, este se convertiría

---

<sup>1</sup> Caso de grado realizado por **Jorge Eduardo Valencia Díaz** para acceder al título de Especialista en Mercadeo. Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente. Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q., Especialista en Gerencia del Medio Ambiente. Santiago de Cali – Colombia. **14 de marzo 2012.**

en un proceso en el cual se verían involucrados la coordinadora administrativa de la sede de Buga, quien se encargaría de realizar las solicitudes

De visita del Luis Eduardo con algunas de las instituciones educativas de la ciudad como el colegio mayor de Buga, colegio san Vicente entre otras instituciones reconocidas en el municipio. Dado que el seguimiento a los procesos comerciales no muestran un seguimiento continuo en la ciudad de Palmira y Buga, no hay una continuidad, ni registro de los procesos llevados durante los 2 años anteriores a la llegada de Luis Eduardo al CCCB, lo que no permitió la elaboración un análisis del comportamiento del mercado, cuales son las tendencias del mercado vigentes para la época; durante e su proceso obtener su información él tuvo contacto con el área administrativa con el deseo de desarrollar estrategias conjuntas para la ciudad de Buga, dado que este una de las pequeñas sedes mostraba un crecimiento en ascenso ello dado a la gestión que se estaba realizando mancomunadamente el área de mercadeo y ventas, que al parecer encontraba un mercado presto para negociaciones en contraste con el mercado local de Palmira, ello de la mano con Luis Eduardo, llegando al punto de no poder atender la demanda que iba en aumento en la ciudad de Guadalajara de Buga, que durante mucho tiempo significo una rueda suelta de acuerdo a las apreciaciones de la directora académica general para las 4 sedes, Angie Perl con un estilo de gerencia carismático, accequible, muy pragmático en sus decisiones a la hora de evaluar las tendencias del mercado en cada una de las sedes. Como el caso de años anteriores lo que lleva a la organización de la información más relevante a través de cuadros comparativos e históricos levantados desde año 2010 momento en que la

---

<sup>1</sup> Caso de grado realizado por **Jorge Eduardo Valencia Díaz** para acceder al título de Especialista en Mercadeo. Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente. Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q., Especialista en Gerencia del Medio Ambiente. Santiago de Cali – Colombia. **14 de marzo 2012.**

dirección general y demás grupo de directivos decidieron certificar con la ISO-9001. Ya como se había mencionado la labor a realizar era muy ardua pero durante 6 meses el joven asistente solo contaba con el apoyo de Ana María Roldan, persona con la cual organizaron durante 2 meses una plan estratégico para la sede de Palmira, se mostraron en total 6 campañas de diferentes medidas como la retención de estudiantes, actividades BTL que permitieran generar un ruido y las personas identificaran al CCCB dentro de la ciudad como un centro no solo de idiomas sino también como un centro de cultura que exhorta lo mejor de la cultura británica, se realizo primero una presentación al director administrativo y financiero, Blanco Ruiz, quien muy amablemente los solicito aterrizar las campañas en números, pues las propuestas podrían verse muy interesantes pero se requiere tener unas bases numéricas, sobre el numero esperado de estudiantes a los que se espera llegar el presupuesto por cada una de las actividades y cuál sería la utilidad generada, una vez la explicación del señor blanco sobre lo que deseaba ya Luis Eduardo, estaba pensando en los cálculos necesario y durante la reunión tomo atenta nota sobre las variables a medir, numero de estudiante nuevos, antiguos y los gastos detallados.

Toda esta labor que estaban desarrollando son un acompañamiento o de la dirección comercial ya que no existía para la fecha un plan de mercadeo tan detallado como el que se estaba desarrollando para la sede de Palmira, una vez se realizaron los últimos ajustes al plan estratégico de mercadeo, se solicito una reunión con el equipo directivo para ser revisado y aprobado, para luego empezar a ser ejecutado; la reunión con el equipo directivo con formado por el señor Blanco Ruiz, Yaneth Simmons, Angie Perl, y Andrea Ángel, y en representación de la sede de Palmira se encontraban Luis

---

<sup>1</sup> Caso de grado realizado por **Jorge Eduardo Valencia Díaz** para acceder al título de Especialista en Mercadeo. Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente. Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q., Especialista en Gerencia del Medio Ambiente. Santiago de Cali – Colombia. **14 de marzo 2012.**

Eduardo y Ana María Roldan, durante la reunión el Joven asistente de mercadeo sentía una gran presión ya que dicho plan de mercadeo era su carta de presentación ante todos los miembros del equipo directivo lo que podría representar un ascenso en una institución en la cual el promedio de permanencia en un cargo es de 10- 25 años aproximadamente, durante la presentación del plan de mercadeo, la directora comercial la señora Andrea Ángel, se mostraba un tanto incomoda ya Luis y Ana María se habían adelantado a su plan de mercadeo global como lo hacía llamara, lo hizo afirmando que las ideas contempladas en el pliego ya estaban listas en dicho plan global para las 4 sedes, algo que molesto mucho a Ana María Roldan, quien solicito un borrador de la actividad de acción, la respuesta nunca llego, molestando sobre manera a Luis Eduardo quien se esforzó en el desarrollo de sus actividades y el señor Blanco hizo algunas correcciones menores que fueron mencionadas y los felicito por haber aterrizado todo en los números esperados y mostrando el punto de equilibrio. Mientras se procedía con la presentación, luego empezaron a surgir muchas preguntas de cada una de los miembros de la junta directiva, el señor Blanco como hombre de numero resalto “¿Cuánto será la inversión total?”, la respuesta no se hizo de esperar, Luis apoyado en los históricos de gastos publicitarios para la sede expreso ( mensualmente para gastos publicitarios se estiman \$ 3'500.000, si observamos la tabla de total de gastos no superan los dos millones y medio de pesos mensuales, lo que entraría un rango aceptable para el flujo de caja que se tiene estimado para todo este tipo de actividades), una vez resuelta esta inquietud surgió de parte de la directora general, ¿ustedes han realizado todo este maravilloso plan de la mano con la dirección comercial?, para este interrogante hubo una respuesta tajante de Ana María “no” esto fue un desarrollo in-house, realmente todo el proceso fue desarrollo con Luis

---

<sup>1</sup> Caso de grado realizado por **Jorge Eduardo Valencia Díaz** para acceder al título de Especialista en Mercadeo. Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente. Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q., Especialista en Gerencia del Medio Ambiente. Santiago de Cali – Colombia. **14 de marzo 2012.**

Eduardo a la cabeza de 10 estrategias claves para el posicionamiento del Colombo Británico; después de la aclaración surgió un comentario de la Sra. Andrea Ángel, *“todas estrategias son muy similares en gran medida con el plan estratégico que desarrolle para las 4 sedes”*.

Al cabo de unos minutos Luis solicito el plan de mercadeo de la dirección comercial para ajustar sus propuestas a las desarrolladas en el plan general, pero al momento de recibir una respuesta, la directora comercial se sonrojo y explico que aun estaban trabajando en ello, al terminar la sesión de preguntas, la Sra. Yaneth Simmons, solicito una reunión entre los involucrados en el proceso de creación de la estrategia general para el próximo año, esto con el fin que hubiese una comunicación entre todas las entre la Coordinadora académica de Palmira, el asistente de mercadeo de la sede y la dirección comercial, dado que al haber generado dos planes estratégicos debemos tener uno solo y que pueda ser aplicado en beneficio y el crecimiento de nuestra sede más pequeña haciendo referencia a Palmira. La sede Buga no se encontraba directamente dentro del plan estratégico dado que estaba generando rendimientos sobre el presupuesto anual y el trabajo de mercadeo mantener el posicionamiento.

Para la semana siguiente se habían generado muchos roces entre la Ana María Roldan y Andrea Ángel, ya que esta defendió el proceso desarrollado por Luis Eduardo y ella.

Debían confrontarse con una dirección comercial que nunca mostro interés por realizar una campaña conjunta para la sede de Palmira, el joven asistente sentía

---

<sup>1</sup> Caso de grado realizado por **Jorge Eduardo Valencia Díaz** para acceder al título de Especialista en Mercadeo. Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente. Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q., Especialista en Gerencia del Medio Ambiente. Santiago de Cali – Colombia. **14 de marzo 2012.**

que estaba siendo subestimado en sus capacidades para el desarrollo de estrategias y soluciones viables a la falta de un seguimiento de los procesos comercial, los tipos de estrategias para el fortalecimiento institucional y el desarrollo de clase privadas y clases regulares, que se ofrecen a personas jurídicas o naturales.

Durante la reunión se descartaron algunas de las estrategias que se presentaron, ya que estaban contempladas en el plan de mercadeo que la directora comercial día tener, al finalizar el encuentro dejo un sin sabor en Luis Eduardo, pues según parecía que todo su esfuerzo no sería recompensado y no abría una ejecución de sus estrategias para lograr el posicionamiento esperado en la ciudad de Palmira que estaba atomizada con 16 instituciones de enseñanza del idioma inglés, para una población que no supera los trescientos mil habitantes, las estrategias estaban enfocadas en la comunicación, en hacer activaciones de marca que permitieran dar a conocer a todos la presencia del Colombo Británico, un centro cultural e institución de mucho experiencia y calidad en la enseñanza del inglés.

Toda esta situación término el año 2010 sin una solución visible, sola se realizaría un grupo de campañas de reacción ante los periodos de baja demanda, como diciembre-enero, mayo-junio y julio-agosto, una de los directivos confeso que esas estrategias eran muy buenas pero su sola implementación podría significar su salida de la institución, ya que el joven asistente de mercadeo generaba muchas ideas que podrían ser muy eficaces para un mejoramiento de la institución pero así mismo representaba una amenaza para ella poder mantenerse en el cargo. Esto lo supo Luis

---

<sup>1</sup> Caso de grado realizado por **Jorge Eduardo Valencia Díaz** para acceder al título de Especialista en Mercadeo. Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente. Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q., Especialista en Gerencia del Medio Ambiente. Santiago de Cali – Colombia. **14 de marzo 2012.**

Eduardo, un momento en el que durante la reunión mientras se ausento por tan solo un instante y por accidente escucho una acalorada conversación entre la coordinadora académica y la directora comercial.

Para ese instante se entendió la desatención de parte de la Sra. Andrea Ángel, para con su asistente de mercedo, el joven asistente se pregunto ¿realmente podría existir personas que sean tan egoístas?, exclamo en sí mismo *“Ella no quiere un segundo al mando, algo típico de las personas profesionalmente ego centristas”*, bueno ya consiente que debe realizar sus labores y tareas por si mismo ya que estaba en un barco de papel sin un timonel, solo a la deriva.

Al principio del años 2011, las exigencias del director administrativo no se hicieron esperar ya que para este año debían cumplir con los presupuestos establecidos, en lo que respectaba a la labor comercial de Luis Eduardo se iniciaron una serie de visitas a la sede de Buga dos veces al mes tendría entre 4 a 6 visitas, lo que empezó a dar frutos ya que empezaron a descubrir oportunidades de negocio que sería en beneficio para una sede que ya estaba trabajando sobre un nivel aceptable de atención al público por falta de una mayor capacidad instalada, algo que por fortuna se soluciono con una de las instituciones educativas con la cual se tiene un convenio interinstitucional.

El principal objetivo de las visitas se convirtió en algo netamente comercial labor para cual debía estar Luis Eduardo en la ciudad de Buga, durante una de las visitas más interesantes se desarrollo un modelo de negocio

---

<sup>1</sup> Caso de grado realizado por **Jorge Eduardo Valencia Díaz** para acceder al título de Especialista en Mercadeo. Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente. Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q., Especialista en Gerencia del Medio Ambiente. Santiago de Cali – Colombia. **14 de marzo 2012.**

compartido entre el Colombo Británico y un centro de capacitación para el trabajo y el desarrollo humano llamada System Plus, el negocio consistía en tomar atender una demanda que se presenta ante los jóvenes que desean ingresar a la policía entidad que les exige un curso básico de sistemas e inglés, al tener esa oportunidad. Luis Eduardo organizo una propuesta para el centro de capacitaciones que permitiría a sus estudiantes poder pagar tanto el curso de Inglés, como el curso de sistemas de una manera accesible y económicamente atractiva, diseñada y supervisada posteriormente por la señora Andrea Ángel quien se mostraba interesada un interés moderado por el desarrollo este nuevo negocio, además de esta oportunidad de cubrir una demanda de un mercado con poca presencia de centros capacitación e instituciones de idiomas con el prestigio y reconocimiento como el Centro Cultural Colombo Británico con 27 años en el mercado Bugueño.

Además de estas laboras también se acerco fondos de empleados de las empresas más grandes que se encontraban en la zona, logrando mantener una franja de éxitos ya que dos de las empresas más grandes como Concentrados S.A, Team Foods Grasas S.A, por solo mencionar algunas y también con diversas instituciones educativas, el objetivo es llegar a estas entidades y reforzar la presencia del Colombo Británico en la ciudad de Buga.

En segunda instancia Luis Eduardo desarrollo un plan de análisis de la competencia durante el mes de mayo para lograr tener un mejor panorama de cómo estaban situados los demás centros de enseñanza versus el Centro Cultural Colombo Británico, y esta investigación, se identificaron muchas ventaja competitivas como, las instalaciones, la metodología de

---

<sup>1</sup> Caso de grado realizado por **Jorge Eduardo Valencia Díaz** para acceder al título de Especialista en Mercadeo. Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente. Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q., Especialista en Gerencia del Medio Ambiente. Santiago de Cali – Colombia. **14 de marzo 2012.**



enseñanza, el nivel de conocimiento de los docentes, y la calidad de la enseñanza.

Con estos aspectos tubo las herramientas suficientes para llegar hasta la oficina de su jefe directo la señora Andrea Ángel, que de inmediato no tuvo más que felicitar al joven asistente ya que logro identificar las oportunidades que le permitirían tener un mejor lugar en el imaginario de los clientes, llegando a la conclusión de que la institución debería competir directamente no con el precio, ya que están sobre el promedio en el valor de cada nivel mensualmente, sino sobre la variable de comunicación que ha sido poco efectiva, pero la idea principalmente radicaba en el realizar actividades de tipo BTL, como regalar una experiencia

Directa con el idioma inglés con degustaciones, realizar un toma de los municipios aledaños a Palmira, con perifoneo y entrega de volantes con hombres valla, podría ser muy llamativo y generara una recordación.

Cuando Luis Eduardo expuso las actividades que deseaba realizar durante un periodo de 3 meses se encontró con la negativa rotunda de la coordinadora académica de Palmira ya que ella no deseaba el nombre de “su institución”, con perifoneo, pero de acuerdo a la experiencia compartida por la Lorea Hincapié, la coordinadora administrativa de Buga, era de mayor efectividad que solamente una entrega de volantes, estaba claro para Luis quien supo explicar durante su reunión semanal de manera clara que sin un apoyo como el perifoneo no existe un mayor impacto sobre el publico objetivo.

---

<sup>1</sup> Caso de grado realizado por **Jorge Eduardo Valencia Díaz** para acceder al título de Especialista en Mercadeo. Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente. Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q., Especialista en Gerencia del Medio Ambiente. Santiago de Cali – Colombia. **14 de marzo 2012.**

Al finalizar la reunión se llegó a la conclusión que debía realizarse tal cual como lo proponía Luis Eduardo, de esta forma demostró que sus capacidades para organizar y dirigir eventos que generaban una experiencia de marca con el servicio ofrecido por el Colombo Británico.

Una de las actividades que mayor impacto se esperaba fue la activación de marca que se realizó durante el mes de julio y agosto periodos sobre los cuales la demanda disminuía considerablemente por ser periodo de receso escolar, momento en el cual muchos estudiantes se retiraban o que por ingreso a la universidad se retiraban, durante la degustación del mes de julio hubo una gran acogida por parte del público asistente al centro comercial, se realizó durante 4 horas y estaba reforzado con entrega de volantes en las porterías del centro comercial, siendo estas personas quienes invitaban a las personas que

Ingresaban al mismo. Las personas que participaron de la actividad podrían tener una experiencia directa con la metodología comunicativa y dinámica que muchas personas encontraron interesante la degustación de inglés, siendo esta la vitrina del servicio ofrecido por el Colombo Británico. Lo que a la final se espera genere una recordación del consumidor y consolide la presencia de la institución en el mercado de la ciudad de Palmira, Luis Eduardo prosigue en su meta de posicionar la marca en cada uno de los lugares aledaños haciendo presencia en la prensa local y las emisoras radiales de la comunidad, para de este modo reforzar las labores realizadas, como lo fueron la toma de ciudades como El Cerrito, en donde actualmente se pauta en una emisora juvenil.

Luis Eduardo solicitó una reunión con la directora comercial para realizar un seguimiento de la gestión realizada hasta el momento lo que no fue muy motivante ya

---

<sup>1</sup> Caso de grado realizado por **Jorge Eduardo Valencia Díaz** para acceder al título de Especialista en Mercadeo. Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente. Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q., Especialista en Gerencia del Medio Ambiente. Santiago de Cali – Colombia. **14 de marzo 2012.**

que no se generó todo el impacto esperado por parte del grupo directivo, que sabían que ese era un proceso de años de trabajo para lograr una efectividad en las actividades propuestas, pero él demostró de nuevo que su labor era transparente y que debían continuar en el proceso hasta lograr esa diferenciación deseada.

Esta demostró de nuevo su poco interés por sus labores, lanzándole un interrogante si debía seguir esforzándose o si debía simplemente hacer lo que debía y aportar hasta donde él consideraba que la institución podría requerir de sus labores

---

<sup>1</sup> Caso de grado realizado por **Jorge Eduardo Valencia Díaz** para acceder al título de Especialista en Mercadeo. Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente. Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q., Especialista en Gerencia del Medio Ambiente. Santiago de Cali – Colombia. **14 de marzo 2012.**

## ANEXO 1

CENTRO CULTURAL COLOMBO BRITÁNICO

SEDE PALMIRA

PLAN ESTRATEGICO 2010-2011

### FORMULACION DE ESTRATEGIAS

QUE	A QUIEN (Mercado Target)	COMO	TIEMPO
Seguimiento de satisfacción de nuestros clientes.	Estudiantes nuevos de la institución y los estudiantes más antiguos	Por medio de llamadas telefónicas, encuestas de satisfacción(vía internet o presencial)	A la culminación del tercer mes cursado y al cumplimiento de 10 meses cursados
La utilización de internet como herramienta para poder comunicar nueva información, resolver inquietudes, eventos culturales y poder mandar publicidad de los cursos a los clientes del Colombo Británico,	Todos los clientes del centro cultural Colombo Británico que tienen correo electrónico y que deseen el servicio de mensajería electrónica	Dado que este formato no se debe obligar a los clientes se le preguntara a cada uno de los clientes al matricularse que si desea este servicio y al tener una confirmación positiva se le anotara el correo electrónico en la base de datos.	Este servicio se le brindara a los clientes durante el periodo del 2009 al finalizar este tiempo se evaluara la captación y se estudiara su permanencia

<sup>1</sup> Caso de grado realizado por **Jorge Eduardo Valencia Díaz** para acceder al título de Especialista en Mercadeo. Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente. Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q., Especialista en Gerencia del Medio Ambiente. Santiago de Cali – Colombia. **14 de marzo 2012.**

Impulsar los cursos institucionales en Palmira y sus aledaños	Las empresas grandes y medianas de Palmira y sus aledaños  . Beisbol de Colombia . Colombate . Ramo . Alcaldía Municipal . Coomeva . Fleishmann .	Citar a reuniones a los gerentes de recursos humanos de las empresas para demostrar la necesidad de los cursos a su vez publicar en las empresas que lo permitan “posters” promocionando los productos	Las reuniones se llevaran a cabo cada mes de acuerdo a las citaciones que se acuerden con las empresas y los “posters” tendrán una permanencia de dos meses en los cuales se cambiaran por nuevos
---	---	--	---

QUE	A QUIEN (Mercado Target)	COMO	TIEMPO
Capacitación al personal de servicio al cliente en atención al publico	El personal de servicio al cliente.	Se capacita al personal de servicio al cliente de la institución por medio de experiencia vivenciales, para que fortalezcan el servicio que se les presta al cliente interno y externo.	Dos veces al año.

<sup>1</sup> Caso de grado realizado por **Jorge Eduardo Valencia Díaz** para acceder al título de Especialista en Mercadeo. Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente. Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q., Especialista en Gerencia del Medio Ambiente. Santiago de Cali – Colombia. **14 de marzo 2012.**

Actividades Sociales con la comunidad	Niños y jóvenes de estrato uno.	Brindándoles clases en las escuelas una vez a la semana, motivándoles aprender el idioma. Buscar la ayuda de Alfonso Parra.	2010
Pautar en las emisoras con mas acogida a los mercados a los que se quieren llegar	Dado la diversidad del mercado meta se hace énfasis en las personas entre las edades 10 a 40 años de edad	Teniendo un mercado meta tan amplio se hará un estudio de las emisoras con mas captación en la comunidad y que tengan como "target" los rangos que queremos acoger	Por dos semanas cada mes por cinco meses
Feria educativa	Para todos los colegios de la ciudad y municipios aledaños.	Se invitan diferentes universidades e institutos del valle a nuestras instalaciones, para que promocionen entre los asistentes sus servicios. De esta forma haremos publicidad a nuestra institución.	Abril 2009

<sup>1</sup> Caso de grado realizado por **Jorge Eduardo Valencia Díaz** para acceder al título de Especialista en Mercadeo. Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente. Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q., Especialista en Gerencia del Medio Ambiente. Santiago de Cali – Colombia. **14 de marzo 2012.**

Degustación de Ingles	Personas entre los 7 y 40 años de edad en la ciudad de Palmira y comunidades cercanas	Se visitan instituciones educativas y lugares de alto flujo de personas, donde se puedan realizar demostración del servicio que brindamos.	2010
Encuestas que determinen los intereses de nuestros clientes externos.	A los estudiantes que estén vinculados en nuestra institución.	Se elaboran encuestas que determinen varios factores dándonos unas guías que nos ayuden a determinar estrategias.	Dos veces al año.
Tarjeta de cliente preferencial	A todos los estudiantes que quieran adquirir una Carnet para obtener beneficios en otras entidades diferentes a esta.	Mostrando el carnet en otras entidades.	Durante los niveles realizados en el Colombo.

<sup>1</sup> Caso de grado realizado por **Jorge Eduardo Valencia Díaz** para acceder al título de Especialista en Mercadeo. Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente. Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q., Especialista en Gerencia del Medio Ambiente. Santiago de Cali – Colombia. **14 de marzo 2012.**

## ANEXO 2.

Cuando de análisis de la competencia desarrollado durante el segundo trimestre del año

INSTITUTO	DESCRIPCION DEL PROGRAMA
THE ENGLISH ACADEMY	En esta institución se cobra una matricula de \$ 100.000 ( solo se cancela una vez). El nivel tiene un valor de \$ 395.000 mcte, y puede ser pagado en cuotas mensuales de \$ 140.000, el material de trabajo es un libro por nivel, con 3 CD's por nivel e incluido las fotocopias de trabajo, esto esta incluido en la matricula.
	<b>Horarios</b>
	Lunes a jueves 3 :00PM - 5 :00PM Martes y jueves 7:30PM - 8:30PM Sabado 8:00AM - 12:00PM
	Intro, Basico, Intermedio, Avanzado,
	El programa total comprende por xx ciclos, así:
	El regular con una duración total de 2 años (6 meses por nivel de 4 hrs/ semana)
	Intro
	Basico
	Intermedio
	Avanzado
<b>Total Programa</b>	
El Intensivo con una duración de 12 meses ( 3 meses por nivel de 2 hrs diarias de lunes a	
Intro	
Basico	
Intermedio	
Avanzado	
<b>Total Programa</b>	
El super intensivo con una duración de 6 meses ( 1 mes y medio por nivel, y 3 Hrs diarias de lunes a	
jueves )	
Intro	
Basico	
Intermedio	
Avanzado	
<b>Total Programa</b>	
<b>Material de Estudio:</b>	
<b>Nota 2:</b>	
<b>Condiciones:</b> Las clases cuentan con un maximo de 10 estudiantes por salón. Al final del proceso le entregan un diploma que lo certifica como interprete bilingüe.	

<sup>1</sup> Caso de grado realizado por **Jorge Eduardo Valencia Díaz** para acceder al título de Especialista en Mercadeo. Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente. Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q., Especialista en Gerencia del Medio Ambiente. Santiago de Cali – Colombia. **14 de marzo 2012.**



**Nota:** estos son algunos de los apartes tomados de una base de información real realizada durante los primeros días del mes de mayo.

INSTITUTO	DESCRIPCION DEL PROGRAMA	DURACION EN TIEMPO	DURACION EN HORAS	No. HORAS POR NIVEL	VALOR	VALOR POR HORA	VR./HOR A INCL.
<i>Centro Cultural Colombo Británico de Palmira.</i>	Enfoque comunicativo						
	El programa total comprende 5 ciclos de 3 niveles cada uno:						
	Basic 1, 2, 3	3 meses	96	32	495000	5,156	7,031
	Beginner 1, 2, 3	3 meses	96	32	495000	5,156	7,031
	High Beginner 1, 2, 3	3 meses	96	32	495000	5,156	7,031
	Intermediate 1, 2, 3	3 meses	96	32	495000	5,156	7,031
	High Intermediate 1, 2, 3	3 meses	96	32	495000	5,156	7,031
	<b>Total Programa Básico</b>	<b>15 meses</b>	<b>480</b>		<b>2,475,000</b>		
	<b>Valor del material:</b> El material cubre 1 ciclo de 3 niveles (3 meses) y cuesta \$90,000. El valor total del material para la totalidad del programa básico es de \$450,000						
	<b>Nota:</b> Los estudiantes pueden tomar y pagar el curso por niveles, es decir que no están amarrados a continuar más allá del mes. Por tratarse de pagos mensuales no hay financiación.						

<sup>1</sup> Caso de grado realizado por **Jorge Eduardo Valencia Díaz** para acceder al título de Especialista en Mercadeo. Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente. Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q., Especialista en Gerencia del Medio Ambiente. Santiago de Cali – Colombia. **14 de marzo 2012.**

### ANEXO 3

Tabla de propuesta diseñadas por Luis Eduardo sin acompañamiento de la directora comercial.

PROPUESTA CONVENIO COLOMBO -SYSTEM PLUS			
NUMERO DE HORAS POR NIVEL	30		
( 2 horas diarias - 3 días a la semana cada nivel tendra duracion de 5 semanas. Todo el paquete 5 meses)			
VALOR CLASE/HORA	\$52,000		
VALOR TOTAL NIVEL	\$1,560,000		
VALOR TOTAL DEL PAQUETE DE 4 NIVELES	\$6,240,000		
VALOR A PAGAR MENSUELMENTE POR SYSTEM PLUS	\$1,248,000	\$624,000	
NUMERO DE NIVELES A REALIZAR	4		
NUMERO DE MESES ( PAGO POR CUOTAS)	5		
VALOR APROXIMADO POR ESTUDIANTE			
ESTUDIANTES	VR.NIVEL	VR. DE LOS 4 NIVELES A PAGAR	VR DIFERIDO EN 5 CUOTAS MENSUALES
20	\$78,000	\$312,000	\$62,400
18	\$86,667	\$346,667	\$69,333
16	\$97,500	\$390,000	\$78,000
	\$48,750		
OBSERVACIONES:			
<u>ESTUDIANTES</u>	En esta columna se muestra el número necesario de estudiantes para lograr un valor accesible a los clientes que tomen el paquete de ingles ofrecido por System Plus en alianza con el Centro Colombo Británico		
<u>VALOR NIVEL</u>	Este item representa el valor que cancelarian los estudiantes por nivel del programa de ingles, si se pagara por niveles y no por mensualidades.		
<u>VALOR DE LOS 4 NIVELES</u>	Esta columna representa el valor a pagar por los 4 niveles		
<u>VALOR TOTAL DE LOS 4 NIVELES DIFERIDO EN 5 CUOTAS MENSUALES</u>	En esta columna se muestra el valor a pagar por los estudiantes en System Plus diferido a 5 coutas		

<sup>1</sup> Caso de grado realizado por **Jorge Eduardo Valencia Díaz** para acceder al título de Especialista en Mercadeo. Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente. Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q., Especialista en Gerencia del Medio Ambiente. Santiago de Cali – Colombia. **14 de marzo 2012.**

#### Anexo 4

### **INTRODUCCIÓN:**

El presente plan de mercado estratégico está diseñado para el Centro Cultural Colombo Americano sede Palmira, para el año 2011, a través del cual se espera desarrollar un grupo de actividades estratégicas que permitirán el tener un crecimiento progresivo durante el año, pues se espera que dichas actividades y promociones tengan una efecto positivo, reflejando un mejor posicionamiento dentro del mercado en la ciudad de Palmira, obteniendo mayores y mejores resultados, en los horarios más débiles que actualmente se tienen en el CCCA, con dicho trabajo se busca la satisfacción, fidelización de nuestro clientes y construyendo el camino para el cumplimiento optimo de las metas.

### **ANTECEDENTES:**

Para el año 2005 el Centro Cultural Colombo Británico hace presencia en la ciudad de Palmira, inicialmente en la UPB (Universidad Pontifica Bolivariana), dos años después en agosto del 2007, se traslada para el Barrio Uribe, instalaciones que brindan un mayor espacio, y más estudiantes por salón, periodo en el cual se empieza ah tener un reconocimiento como institución de idiomas local. Acompañado por la buena aceptación en el mercado, reconocida por empresas, instituciones educativas, y por personas propias y ajenas, como una institución seria, entregada a su labor y de amplio

---

<sup>1</sup> Caso de grado realizado por **Jorge Eduardo Valencia Díaz** para acceder al título de Especialista en Mercadeo. Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente. Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q., Especialista en Gerencia del Medio Ambiente. Santiago de Cali – Colombia. **14 de marzo 2012.**

recorrido; a pesar de ello en el mercado Palmirano no es conocido por todos actualmente, se han desarrollado actividades comerciales que han permitido el tener algún reconocimiento por los Palmiranos. Pero aun así se necesita fortalecer el reconocimiento de marca en la ciudad, y acercarse a los consumidores potenciales con una publicidad más agresiva, que la utilizada durante el 2009-2010 aun que ah sido buena no ha mostrado los resultados.

### **OBJETIVO GENERAL**

Mostrar el potencial que tiene el Colombo Británico, Palmira, aumentando la participación en el mercado, mejorando el posicionamiento en el mercado local, a través de la ejecución del plan estratégico, obteniendo mejores resultados

### **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Promocionar aquellos horarios de baja demanda con el fin de optimizar la utilización de la capacidad instalada.
- Crear nuevos horarios que suplan las necesidades de un mercado fuera del ya existente.(KIDS AND TEENS, INSTITUCIONALES)
- Aumentar el índice de fidelidad y permanencia de nuestros estudiantes actuales.
- Identificar los medios a través de los cuales se podría lograr un mayor posicionamiento de la marca.

---

<sup>1</sup> Caso de grado realizado por **Jorge Eduardo Valencia Díaz** para acceder al título de Especialista en Mercadeo. Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente. Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q., Especialista en Gerencia del Medio Ambiente. Santiago de Cali – Colombia. **14 de marzo 2012.**

- Determinar la manera más adecuada para atraer un número mayor de clientes.

### **DEFINICIÓN DEL MERCADO META**

El mercado meta para el Colombo Británico, Palmira, está definido por personas de estrato 3, 4, 5 de la ciudad de Palmira y los municipios aledaños, es una institución, abierta a todos aquellos que ven el inglés como una prioridad para su vida profesional y personal, estas personas buscan una institución con prestigio, con un precio adecuado a la capacidad de pago promedio del mercado.

### **ANALISIS D.O.F.A**

#### **Fortalezas**

- La experiencia que tiene el Centro Colombo Británico, de 56 años dedicados, a la enseñanza y formación del idioma inglés.
- La metodología, nuestro proceso de enseñanza Comunicativa nos permite desarrollar ciertas habilidades en la comprensión, entre otras habilidades.
- El certificado de calidad otorgado por Icontec.
- Los docentes se encuentran capacitados, y se encuentran en constante entrenamiento, para un

#### **Debilidades**

- La capacidad instalada lo cual limita la cantidad de grupos por nivel que pueden abrirse.
- La poca constancia en la publicidad.
- Falta de equipos de apoyo en el proceso de aprendizaje.
- El no tener una zona propia de estacionamiento para los estudiantes y docentes.
- Desconocimiento de los colaboradores de las empresas con las que tenemos convenio.
- El no tener una mayor cantidad de

<sup>1</sup> Caso de grado realizado por **Jorge Eduardo Valencia Díaz** para acceder al título de Especialista en Mercadeo. Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente. Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q., Especialista en Gerencia del Medio Ambiente. Santiago de Cali – Colombia. **14 de marzo 2012.**

mejoramiento continuo en el proceso de enseñanza.

- Los precios asequibles.
- Nuestros servicios, de asesorías estudiantiles, traducciones, de biblioteca abiertas al público, y demás servicios que permiten satisfacer las necesidades del mercado.

#### **Oportunidades**

- El empezar a ofrecer nuevos horarios de acuerdo a los espacios que no se tiene un aforo de estudiantes.
- La capacidad de diferenciarnos por nuestros servicios y acompañamiento al estudiante (las monitorias).
- La tendencia del mercado laboral hacia los profesionales que tenga un conocimiento Intermedio alto.
- La capacidad de desarrollar actividades que pueden ser atractivas para el estudiante potencial.

horarios que podrían ajustarse al cliente.

- La inseguridad que se presenta en el sector en donde estamos ubicados.

#### **Amenazas**

- La crisis económica nacional que afecta la capacidad de pago de nuestros estudiantes y nuestros clientes potenciales.
- El ofrecimiento de cursos más baratos, de menor calidad en la enseñanza, pero que son efectivos para captar clientes nuevos.
- La demanda del mercado no es muy alta ya que las personas no ven el estudio de inglés como una necesidad de primer orden.
- Este es un mercado muy elástico ya que la variación en los precios incide en la intensidad de compra del estudiante.

<sup>1</sup> Caso de grado realizado por **Jorge Eduardo Valencia Díaz** para acceder al título de Especialista en Mercadeo. Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente. Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q., Especialista en Gerencia del Medio Ambiente. Santiago de Cali – Colombia. **14 de marzo 2012.**

## **OPEN HOUSE, OPEN YOUR MIND**

### **OBJETIVO:**

Vender el centro cultural colombo Británico a través de un OPEN HOUSE, permitiendo que los niños, jóvenes y adultos de la ciudad de Palmira, conozcan *¡Que es el CCCB!*, y nos reconozcan como una institución educativa en Palmira, respaldada por una trayectoria en la enseñanza del idioma inglés, con una metodología única, y sientan que el CCCA es para todos en la ciudad de Palmira, todo esto con el fin de reforzar y afianzar nuestro posicionamiento con las instituciones vinculadas con el CCCB.

### **ESTRATEGIA:**

OPEN HOUSE, OPEN YOUR MIND, Uno de los medios de divulgación más efectivo, para dar a conocer, el programa de adultos y el programa Kids & Teens, con una degustación de inglés en donde los niños pueden observar como es una clase, con actividades lúdicas, y de la mano con el área cultural para traer un grupo musical y una muestra cultural y también se tendríamos una charla de asesorías para estudios en el exterior. Este es un evento que muestra al Colombo Británico, en la ciudad de Palmira como centro cultural y centro educativo para la ciudad de Palmira; como material de trabajo se organizara porfolio tipo similar al learning log con toda la información de los

---

<sup>1</sup> Caso de grado realizado por **Jorge Eduardo Valencia Díaz** para acceder al título de Especialista en Mercadeo. Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente. Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q., Especialista en Gerencia del Medio Ambiente. Santiago de Cali – Colombia. **14 de marzo 2012.**

programas adultos, Kids&Teens y demás servicios suplementarios que tiene el CCCB.

#### **CONDICIONES:**

- Estará dirigido a las instituciones educativas y empresas con las cuales se tiene convenio, para los padres nuestros estudiantes en el programa de Kids & Teens, y programa de adultos.
- Se realizarán dos o tres veces este tipo de actividades al año, junto con las actividades culturales que se tienen programadas para el año 2011.

#### **DIVULGACION:**

A través de correos masivos a los estudiantes, se tomara un listado de colegios y empresas se les entregara una invitación al evento, y a los particulares por medio de volanteo y contando con la base de datos previamente adquiridas por medio de una recopilación en los eventos realizados se contactara a las personas vía telefónica.

#### **PARTICIPACION ACTIVA DEL CCCA EN INSTITUCIONES EDUCATIVAS**

#### **OBJETIVO:**

El propósito es vincular al CCCA con las instituciones educativas más representativas, la idea es participar, es dar a conocer al Colombo

---

<sup>1</sup> Caso de grado realizado por **Jorge Eduardo Valencia Díaz** para acceder al título de Especialista en Mercadeo. Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente. Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q., Especialista en Gerencia del Medio Ambiente. Santiago de Cali – Colombia. **14 de marzo 2012.**



Británico, a los padres de familia de dichas instituciones que aun no saben de nuestros servicios.

### **ESTRATEGIA:**

- Entrar en contacto con las instituciones y solicitar el permiso para formar parte de las actividades.
- Organizar una degustación de nuestras clases en ingles para divulgar nuestra metodología con nuestros programas de Kids & Teens.
- Organizar una pequeña rifa que permitirá obtener una base de datos de estudiantes potenciales el propósito de la misma será darle una motivación, una nivel gratis, y material POP.

### **DIVULGACIÓN:**

- A través de comunicación directa con los coordinadores y/o rectores de las instituciones educativas y el área de gestión humana de las empresas que se muestren interesadas,
- con volantes informativo con todos nuestros servicios y programas, comunicación telefónica, vía email, visita directa para hacerles la propuesta, de participación en los eventos que se desarrollen en dichas instituciones.

---

<sup>1</sup> Caso de grado realizado por **Jorge Eduardo Valencia Díaz** para acceder al título de Especialista en Mercadeo. Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente. Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q., Especialista en Gerencia del Medio Ambiente. Santiago de Cali – Colombia. **14 de marzo 2012.**

## **KAIZEN KAIZEN**

### **OBJETIVO**

Existe un criterio que debe guiar nos debe guiar para mejorar y fidelizar a nuestros estudiantes, el cual tendrá como resultado nada menos que asegurar nuestra supervivencia como una institución seria, con experiencia y preocupada por cómo se sienten sus estudiantes, debemos enfocarnos en Captar, Convencer y Conservar. Queda claro entonces que estos tres aspectos son la clave del éxito y la satisfacción de nuestros estudiantes.

### **ESTRATEGIA**

- Organizando grupos focales con estudiantes de los 3 horarios del programa de adultos, con el fin de escuchar sus experiencias como estudiantes del CCCB.
- Determinar cuáles serían los problemas o falencias que han identificado durante su proceso de formación.
- Definición de los puntos clave sobre los cuales hay que reforzar nuestro servicio al cliente, y poder desarrollar estrategias de satisfacción para los estudiantes.

---

<sup>1</sup> Caso de grado realizado por **Jorge Eduardo Valencia Díaz** para acceder al título de Especialista en Mercadeo. Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente. Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q., Especialista en Gerencia del Medio Ambiente. Santiago de Cali – Colombia. **14 de marzo 2012.**

### **CONDICIONES**

- El estudiante sea nuestra principal fuente de información, para determinar de manera cualitativa cuales nuestras falencias y así poder las reforzar.
- Hacer sentir importante al estudiante haciendo le saber que sus sugerencias son muy bien recibidas.

### **DIVULGACIÓN**

Por medio de volantes informativos se les comunicara a los estudiantes del desarrollo de los grupos focales, Se publicaran en las 3 carteleras de la institución las fechas en que se llevaran a cabo los grupos focales.

### **MEDIO DE CONTROL**

- Se realizara un seguimiento por medio de una encuesta donde se medirá el grado de satisfacción del cliente, con el propósito de ejecutar los correctivos más adecuados.
- Esta encuesta se realizara al final del curso para tomar las apreciaciones una vez resueltas las inquietudes siendo que las mismas puedan tener una solución viable.

---

<sup>1</sup> Caso de grado realizado por **Jorge Eduardo Valencia Díaz** para acceder al título de Especialista en Mercadeo. Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente. Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q., Especialista en Gerencia del Medio Ambiente. Santiago de Cali – Colombia. **14 de marzo 2012.**

## **NAVENGANDO SOBRE UN BARCO DE PAPEL**

---

<sup>1</sup> Caso de grado realizado por **Jorge Eduardo Valencia Díaz** para acceder al título de Especialista en Mercadeo. Este trabajo es propiedad de la Universidad Autónoma de Occidente. Tutor: Lic. Sory Carola Torres Q., Especialista en Gerencia del Medio Ambiente. Santiago de Cali – Colombia. **14 de marzo 2012.**